

Fortalecimiento de las redes sociales digitales como estrategia de crecimiento de la Fundación

Adrenalina

Ensayo

Realizado por:

Viviana Córdoba Gaitán

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Ibagué, mayo de 2021

Tabla de contenido

Resumen	3
Palabras clave	3
Fortalecimiento de las redes sociales digitales como estrategia de crecimiento de la Fundación Adrenalina	4
Conclusiones	12
Referencia.....	14

Resumen

Este texto es un ensayo de carácter crítico reflexivo que abarca las necesidades encontradas durante el proyecto de investigación llevado a cabo con la Organización Social Participativa Adrenalina del municipio de Ibagué, Tolima, además de los resultados para dar solución a las necesidades. Esta se tomó como referencia para el trabajo realizado durante el diplomado Construcción de Redes Sociales de Comunicación, en la que se buscaba poner en práctica lo aprendido durante el proceso formativo. Se plantea como tesis central que el fortalecimiento en el trabajo en las redes sociales puede ayudar a atraer a más actores que aporten al crecimiento de la organización, pues a partir del acercamiento con la población de esta fundación se encontró que ellos cuentan con redes sociales que, a pesar de no ser muy activas, logran captar la atención de jóvenes y actores interesados en la institución. Esto con el fin de hacer crecer su comunidad y acoger a más personas, apoyando su entrenamiento y motivándolos a hacer buen uso de su tiempo libre.

Palabras clave: Redes sociales, comunicación participativa, deporte, comunidad.

Fortalecimiento de las redes sociales digitales como estrategia de crecimiento de la Fundación Adrenalina

Este documento es un ensayo presentado como evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, Opción de Trabajo de Grado. Este supone la etapa final de una investigación realizada con una organización sin ánimo de lucro llamada Fundación Adrenalina, que funciona hace más de catorce años bajo la dirección de dos licenciados en educación física y otros profesionales que se se han ido sumando, quienes con su trabajo y con recursos propios, buscan apoyar e incentivar a jóvenes deportistas del municipio de Ibagué y el departamento del Tolima que se han inclinado por la práctica de deportes alternativos y que en su mayoría no han tenido la oportunidad de profesionalizar su disciplina, principalmente por la falta de apoyo económico tanto de los entes gubernamentales como del sector privado, esto sucede debido a la falta de conocimiento de las disciplinas deportivas por parte de la comunidad en general.

Para el desarrollo de este texto se tomó como tesis central el fortalecimiento del trabajo en las redes sociales digitales como estrategia para atraer a más actores que aporten al crecimiento del colectivo, teniendo en cuenta que la fundación busca incrementar su alcance a más jóvenes y personas interesadas en vincularse a la organización para ayudar a más deportistas, con el ánimo de ampliar su comunidad y fomentar en las chicos jóvenes de Ibagué, los hábitos del buen uso del tiempo libre y la práctica deportiva, de igual manera conseguir el reconocimiento a la imagen positiva y aceptación de la Fundación Adrenalina en la comunidad en general.

Inicialmente, se hace una contextualización de la Organización Social Participativa (OSP de aquí en adelante) elegida para lograr un panorama de la cuestión a tratar, en la que se cuentan aspectos generales de la fundación y sus propósitos, y posterior a esto, se plantean una serie de argumentos que dan fuerza a la tesis propuesta, teniendo como base las teorías de redes sociales,

comunicación participativa y construcción de comunidades. En este último punto se han tomado postulados de algunos de los autores tratados durante el programa de formación, que han servido para respaldar la argumentación concerniente a la tesis que en este texto se formula.

Además, se destacan los beneficios que puede traer la interacción en las redes sociales digitales para los diversos actores de la fundación que, entre otras cosas, supone el acercamiento de los deportistas de la OSP a otros deportistas de grandes ligas quienes servirán de incentivo para el afianzamiento de su práctica y la consecución de sus metas, y a patrocinadores que se interesen en su práctica. Finalmente, teniendo en cuenta lo expuesto, se hace una conclusión en la cual se abarcan las principales ideas planteadas y se da cierre al presente texto.

La Fundación Adrenalina, elegida para este proyecto como Organización Social Participativa - OSP, es una institución sin ánimo de lucro fundada hace más de catorce años por dos licenciados en educación física y deportes recién graduados de la universidad del Tolima, que vieron en su contexto la necesidad de una institución que brindara apoyo e impulso a los jóvenes deportistas del departamento de Tolima, en la práctica y desempeño de deportes alternativos como el ultimate, long board, Street workout, roller derby, BMX y escalada entre otros.

A lo largo de todos los años que llevan en funcionamiento, esta fundación ha acogido a jóvenes de diversas edades, principalmente de recursos económicos limitados, para entrenarlos, facilitarles escenarios deportivos y apoyarlos por medio de patrocinios, con el objetivo de permitirles el desarrollo de sus talentos y habilidades deportivas tanto a nivel nacional como internacional y gracias a ello, muchos chicos han obtenido grandes resultados dejando en alto el nombre del departamento y el país y consiguiendo un lugar significativo en los escalafones y ranking mundial y/o continental. Esta fundación se eligió como objetivo del trabajo, pues se vio en ella un gran potencial para poner en práctica los conocimientos adquiridos y las propuestas aprendidas en el diplomado en cuanto al tema de las redes sociales, tanto digitales, como no

digitales.

Durante el proceso de trabajo con la fundación se logró ver que sus relaciones sociales e interpersonales son de carácter abierto y de gran confianza, lo cual ha favorecido el crecimiento de la entidad y de cada uno de sus integrantes, allí se ve que los miembros se tratan en igualdad de términos y no se hacen tan evidentes los niveles de jerarquía, cada persona puede expresarse libremente y dar a conocer sus opiniones e ideas.

En este punto, es de gran importancia aclarar que, como lo dicen Gutiérrez y Villasante (2007) “Los vínculos nos dan otra dimensión posible, que no depende tanto de los condicionantes económicos o de los ideológicos, sino de la formación emocional y de las historias cotidianas vividas en las familias, entre amigos, vecinos o en el trabajo” (p. 130). A partir de ello, la fundación se ha configurado como un lugar de acogida y refugio para un sinnúmero de jóvenes amantes de los deportes alternativos, que ven en este lugar el espacio para poder desarrollar con tranquilidad su pasión por estas prácticas deportivas que han sido estigmatizadas por la sociedad, relacionándolas con las drogas y el vandalismo, haciendo especial énfasis en hecho de que muchos de estos jóvenes nunca habían encontrado apoyo ni siquiera en sus propias familias.

Por otro lado, durante el acercamiento, se pudo encontrar que quienes trabajan en la fundación han persistido en su labor durante largos años haciéndola crecer a pesar del poco apoyo que han recibido de los entes gubernamentales de carácter local, regional y nacional, puesto que como lo argumentan los mismos miembros de la organización, la relación con las estancias del gobierno es más ‘vertical que horizontal’ lo que termina dificultando los procesos necesarios para conseguir las ayudas que estos brindan, así como también les resulta poco efectivo el proceso de comunicación que han manejado para la aprobación de proyectos que se gestan desde la fundación y que buscan favorecer a los deportistas de la región.

En la misma línea, los directivos de la fundación buscan llegar a más personas que puedan

conocer su labor y vincularse a ella, ya sea en el rol de deportista o de patrocinadores y apoyo para los jóvenes, pues esto le da la posibilidad de promover a más chicos que practican este tipo de actividades de manera anónima e independiente y que, por diversos motivos, no han logrado tener la posibilidad de formar parte de un proyecto a mayor escala. Para esto se requiere trabajar en los canales de comunicación participativa y fortalecer la construcción de comunidad, sobre la formación emocional y la constitución de historias cotidianas comunes, mencionado anteriormente. Lo anterior acotando que una comunidad permite a los individuos hacer parte de algo mayor, dependiendo de sus posibilidades, sus gustos y afinidades con un tema en específico con el uso de los medios digitales que hoy día ofrece la virtualidad, en este caso, los deportes alternativos, así lo deja ver uno de nuestros autores de estudio base y consulta Villalobos (2012) “...especialmente en internet, han propiciado también una gran revolución en los procesos de comunicación, al fomentar el intercambio de ideas y opiniones entre las personas participantes o consumidoras de la información que difunden y romper las barreras espacio-temporales” (p 8).

Así pues, la fundación, como se dijo líneas más arriba, se ha convertido en un lugar de acogida para muchos jóvenes que se sienten atraídos por los deportes alternativos y que, por diversos factores, principalmente el económico y social, no han tenido la oportunidad de acceder a un entrenamiento profesional, en este sentido, la fundación les brinda formación escenarios, representación y posibilidades de participar en diferentes escenarios de competencia, lo que a la larga termina siendo una muy buena opción para que los jóvenes inviertan de manera sana y activa su tiempo libre y sus familias también reconozcan en la fundación una oportunidad y espacio para que sus hijos, principalmente, puedan desarrollarse deportivamente sin miedo a caer en los estigmas ya mencionados.

Adicionalmente, las interacciones sociales que allí se dan constituyen este espacio como una comunidad que le permite a sus integrantes desenvolverse y aprender de sus pares,

Los seres humanos se sienten influenciados y afectados por los hechos y las acciones ya sean de carácter individual, o colectivo del grupo de personas más cercano a ellos, es decir, el grupo primario sin quitarle valor a la influencia del grupo secundario, y por supuesto teniendo en cuenta el entorno. Esta situación a la que se enfrenta todo individuo desde su origen ha restringido, limitado y condicionado el comportamiento (Gallego, 2011, p. 114).

Teniendo en cuenta lo anterior, es de gran importancia para la fundación y para los jóvenes que practican de manera anónima e independiente estos deportes, que los alcances de comunicación y expansión de la organización puedan llegar a más personas, pues serán más los beneficiados con esto, dado que mayor número de personas podrán conocer la iniciativa y vincularse a ella, además de conocer a otros deportistas que comparten estos intereses e interactuar con ellos, lo cual representa el principio de lo que es una red social, una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia que para este caso son los deportes alternativos.

Para ello se hizo necesario en trabajo de campo definir y clasificar los grupos sociales que hacen parte de esta gran red social como lo es la Fundación Adrenalina, esta clasificación se hizo teniendo en cuenta lo citado por Gallego (2011) “Podemos definir los grupos sociales “como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia los unos de los otros y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia” (p, 115) en este caso es, no solo la práctica de deportes alternativos, sino también las ganas de sobresalir y convertir sus disciplinas en una profesión, posicionándola socialmente como un deporte sano y trascendiendo lo que hoy día es, su estilo de vida.

Con respecto a este punto y a la necesidad de mejorar la interacción en redes sociales

digitales, es importante resaltar que la fundación ya existe entre las cuentas de las redes sociales más populares de la web y que, pese a que hacen presencia de manera inadecuada y poco profesional, pues por falta de conocimientos y habilidades tecnológicas las mueven con herramientas caseras, y no les dan el nivel que la fundación necesita para ser reconocida como una entidad seria, han recogido bastantes seguidores entre quienes se interesan por el tipo de actividades deportivas que en la organización se practican, así pues, la fundación cuenta con un amplio reconocimiento entre la población objetivo, y esto puede deberse en gran medida a que es la única organización social participativa que trabaja el tema de los deportes alternativos en el departamento del Tolima y a los varios eventos que ha organizado a lo largo de sus catorce años haciendo presencia en la región.

Con relación a lo anteriormente planteado, estos colectivos contribuyen al crecimiento de los individuos y las organizaciones, además ayudan a garantizar la permanencia de los grupos humanos agrupados bajo ciertos intereses, en este caso específico los deportes alternativos.

Para lograr este objetivo, se hace necesario sumergirse en lo que actualmente se viene instaurando en temas de comunicación, es decir las redes sociales digitales, como medio de difusión y relación de ideas y propuestas que permiten avanzar y fortalecer los proyectos, estas acciones permiten llegar a más personas sin importar la distancia y las condiciones del medio, esto último tomando como ejemplo lo que ha venido sucediendo a nivel mundial con la crisis sanitaria ocasionada por Covid-19, la cual ha limitado en gran medida las interacciones personales y los desplazamientos, que a su vez perjudica el entrenamiento y la práctica en los escenarios deportivos, teniendo en cuenta que disciplinas como el Ultimate son grupales y de contacto.

Además, la interacción en redes sociales digitales puede llegar a ser un incentivo para los chicos que practican estos deportes llamados alternativos, podrán conocer a más personas que se

interesan por su talento y habilidad, mientras se enteran de los logros que otros pueden alcanzar en su medio, dejándoles la motivación a ellos de llegar también a las grandes ligas, sin importar tanto de donde provienen, sino más bien el esfuerzo que aplican a obtener sus metas.

Con esto en mente, se propuso una estrategia denominada Somos Tu Adrenalina para visibilizar la gestión que la fundación ha venido desarrollando durante los más de catorce años de funcionamiento con los jóvenes deportistas alternativos del Tolima, en busca de promover e impulsar su disciplina. Con esta estrategia lo que se pretende es posicionar a la organización y sus miembros por medio del aprovechamiento de los recursos virtuales y tecnológicos, a la vez que se aboga por incentivar en los jóvenes el buen uso del tiempo libre y el reconocimiento de deportes poco distinguidos como los son el Últimate, Long board, Skate, BMX, Street workout, Roller derby, escalada entre otros.

Esta propuesta se pretende ejecutar por medio del diseño de un plan de contenido que se ajuste a cada plataforma social digital y en la cual cada deportista pueda compartir fotos, videos y datos relevantes sobre su práctica y su experiencia con el deporte de su elección usando el hashtag #somostuadrenalina, además de desarrollar una especie de boletines informativos para que la comunidad en general pueda tener conocimiento y un acercamiento asertivo a los eventos que la fundación desarrolla y promueve, con lo que se espera influir en el estigma que se tiene de los deportes alternativos y quienes los desempeñan.

El componente de educación e innovación en este proyecto está involucrado en la enseñanza de pautas en comunicación digital a los directivos de la fundación a fin de que puedan darle continuidad a las estrategias propuestas y se garantice la durabilidad y efectividad del proyecto, educar a los actores sociales.

Comúnmente los proyectos de desarrollo involucran fuertes componentes de capacitación, que en la mayoría de los casos significa la capacitación del personal

de campo. Es decir, capacitación de capacitadores, por ejemplo, los extensionistas o los facilitadores de campo para que estos puedan aplicar las herramientas para la discusión o algunos de los materiales desarrollados de acuerdo al modo del diseño de mensajes o temas de discusión (Kamlongera, 2008, p.23)

Con todas estas acciones lo que se quiere conseguir es ayudar a configurar la comunidad que los autores citados mencionan en sus textos, haciendo uso de las redes sociales que contribuyen a expandir las posibilidades de comunicación y permanencia entre los colectivos con intereses afines, así como también generar una permanencia en el imaginario colectivo de la sociedad en general, de Adrenalina como una fundación que trabaja por el bienestar de los deportistas ibaguereños y tolimeses a través de la generación de espacios para el sano uso del tiempo libre, una imagen positiva que genere credibilidad, aceptación y confianza, dejando de lado el estigma de la relación que pueda haber entre los deportes alternativos y el consumo de sustancias psicoactivas, en cambio a través de las redes sociales poder configurar en la mente de la ciudadanía a una organización que previene el consumo de dichas sustancias a través de la práctica de estos deportes y el apoyo interdisciplinario que la fundación le brinda a los deportistas.

Conclusiones

Luego de analizar el tema de la comunicación participativa en la construcción de comunidades y el papel fundamental que cumplen las redes sociales virtuales y no virtuales para la permanencia de los grupos humanos, es posible concluir que las nuevas tecnologías aportan un valor agregado a la interacción actuales entre actores, pues hoy en día las tecnologías digitales suponen grandes oportunidades para compartir opiniones e ideas que ayudan a crecer a los individuos y las organizaciones dependiendo de sus intereses personales.

Así también, las redes sociales digitales, gracias a la actual facilidad de acceso, suponen una oportunidad de llegar a más personas y beneficiarlas con los proyectos que se plantea la fundación Adrenalina, aportando a la vida de los jóvenes del Tolima que ya pertenecen a la fundación a quienes quieran sumarse a esta iniciativa, ya que esta organización promueve el correcto uso del tiempo libre y la práctica de deportes no tan conocidos por la sociedad.

El desconocimiento de los deportes alternativos ha llevado a la sociedad a generar estigmas en torno a estos, pues muchas personas los relacionan con el uso de drogas y el vandalismo, por ello, es muy importante valerse de las nuevas tecnologías para crear conciencia y promover el conocimiento de estos deportes y la práctica que muchos jóvenes hacen de ellos.

Además de llegar a más jóvenes que quieran compartir experiencias deportivas, la interacción en las redes sociales puede ayudar a atraer a más personas que accedan a vincularse con la fundación para apoyar y promover el talento y la habilidad de los deportistas, ya sea con recursos económicos o de conocimiento, o bien agencias deportivas más grandes que se interesen por acoger a los deportistas que se forman en la fundación Adrenalina.

La expansión de la comunidad deportiva Adrenalina por medio de las redes sociales digitales, puede servir de incentivo a los jóvenes para afianzar su práctica, ya que la interacción virtual permite conocer a más personas alrededor del mundo que hacen lo mismo y han llegado a grandes ligas, lo cual motiva a los chicos de la fundación a esforzarse por alcanzar sus metas.

El reconocimiento público de los deportes alternativos así como también de quienes los practican y han llegado a representar el departamento y el país, es necesario para afianzar la importancia de estas disciplinas en la vida de los deportistas y en el posicionamiento de la región a nivel nacional e internacional.

Referencias

- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. en Barataria, Revista Castellano - Manchega de Ciencias sociales, N. 12, pp. 113-121.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gutiérrez, P. y Villasante, T. (2007). Redes y conjuntos de acción: para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En Política y Sociedad, Vol.44, N.1. pp. 125-140.
<https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0707130125A/22378>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed.
<http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>